

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN
BUSINESS MODEL CANVAS DAN *SWOT*
(Studi Kasus : UKM Brownies Cinta di Karanganyar)**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

MARETA AJI ARYANIDI

D 600 140 109

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN
BUSINESS MODEL CANVAS DAN SWOT
(Studi Kasus : UKM Brownies Cinta Karanganyar)**

PUBLIKASI ILMIAH

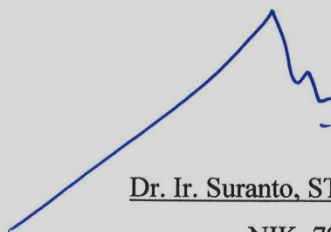
Oleh:

MARETA AJI ARYANIDI

D 600 140 109

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long, sweeping diagonal stroke followed by a sharp peak and a series of smaller, connected loops.

Dr. Ir. Suranto, ST, MM, M.Si

NIK. 797

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN
BUSINESS MODEL CANVAS DAN *SWOT*
(Studi Kasus: UKM Brownies Cinta Karanganyar)**

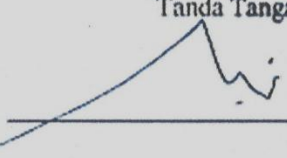
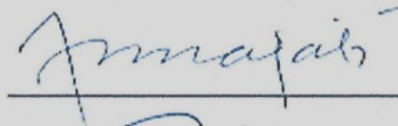
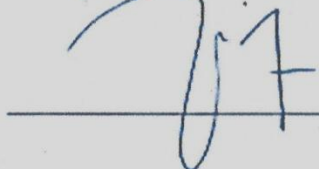
OLEH:

MARETA AJI ARYANIDI


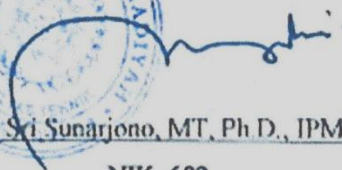
D 600 140 109

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 15 Mei 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Ir. Suranto, ST, MM, M.Si (Ketua Dewan Penguji)	
2. Munajat Tri Nugroho, ST, MT, Ph.D (Anggota I Dewan Penguji)	
3. Ir. Much. Djunaidi, ST, MT (Anggota II Dewan Penguji)	

Dekan Fakultas Teknik



(Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph D., IPM)

NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 13 Agustus 2019



MARETA AJI ARYANIDI

D 600 140 109

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN
BUSINESS MODEL CANVAS DAN SWOT
(Studi Kasus : UKM Brownies Cinta di Karanganyar)**

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan memberikan usulan strategi bisnis yang baik untuk UKM Brownies Cinta. Manfaat penelitian ini adalah 1) Untuk memberikan pemahaman mengenai *Business Model Canvas* sebagai solusi guna membuat alternatif strategi bisnis bagi para pelaku bisnis, 2) Mampu mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan tentang ilmu-ilmu yang diperoleh selama bangku perkuliahan, 3) Memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya. Penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* dan analisis SWOT. Objek penelitian dilakukan di UKM Brownies Cinta di Jl. Muwardi, Badranasri RT 2/XI, Cangakan, Kab. Karanganyar. Metode pengambilan data didapatkan dengan observasi, wawancara, dan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan UKM Brownies Cinta berada pada kuadran II dengan nilai IFAS (0,795) dan nilai EFAS (-0,027) mengindikasikan sebuah organisasi yang kuat tetapi akan mengalami tantangan yang besar. Saran strategi yang diberikan adalah Diversifikasi Strategi, yang menandakan UKM Brownies Cinta dalam keadaan mantap tetapi akan mengalami sejumlah tantangan yang berat maka diperkirakan organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berjalan bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Maka dari itu disarankan untuk memperbanyak macam strateginya.

Kata Kunci : business model canvas, analisis SWOT, diversifikasi

Abstract

The purpose of this research is to develop a business using the Business Model Canvas approach and provide a good business strategy proposal for UKM Brownies Cinta. The benefits of this study are 1) To provide an understanding of Business Model Canvas as a solution to make alternative business strategies for business people, 2) Able to communicate knowledge and insights about the sciences obtained during the lecture bench, 3) Provide references to future researchers. This study uses the Business Model Canvas method and SWOT analysis. The object of the research was conducted at the UKM Brownies Cinta on Jl. Muwardi, Badranasri RT /XI, Cangakan, Kab. Karanganyar. The data collection method is obtained by observation, interview, and questionnaire. The results showed that UKM Brownies Cinta was in quadrant II with IFAS value (0,795) and EFAS value (-0,027) indicating a strong organization but will experience a big challenges. The recommendation of the strategy given is Strategy Diversification, which signifies UKM Brownies Cinta in a steady state but will experience a number of severe challenges, it is estimated that the organization will have difficult to continue to run if it only relying on the previous strategy.. Therefore it is recommended to multiply the variety of strategies.

Keywords : business model canvas, SWOT analysis, diversification

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan saat ini sangatlah pesat. Banyak jenis makanan yang ditawarkan mulai dari makanan utama hingga makanan ringan seperti kue, roti, ataupun cake. Hal tersebut membuat para konsumen memiliki banyak pilihan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh produsen. Namun bagi pelaku bisnis, hal tersebut menjadi sebuah ancaman dan tantangan karena banyaknya penawaran produk membuat semakin ketat persaingan di dunia usaha. Pelaku bisnis harus mampu bersaing di antara pelaku bisnis lain yang menawarkan produk sejenis. Salah satu cara untuk memuaskan keinginan konsumen adalah pelaku bisnis harus mempunyai inovatif di setiap produk ataupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen, meningkatkan mutu produk dan mutu pelayanan yang diberikan.

Brownies Cinta adalah salah satu industri yang termasuk dalam kategori usaha yang sedang berkembang sering menghadapi permasalahan diantaranya, bahan baku sering mengalami keterlambatan, faktor alat produksi yang tidak bekerja secara maksimal, tidak jelasnya strategi yang digunakan, dan pada pemasaran produk sulitnya menjangkau daerah baru karena masyarakat belum mengenal serta ketidakstabilan penjualan untuk itu diperlukan kajian tentang model bisnis yang dijalankan untuk mencari kekuatan dan kelemahan dari usaha yang dijalankan supaya nanti dapat dibuat suatu alternatif model bisnis baru untuk pengembangan UKM Brownies Cinta

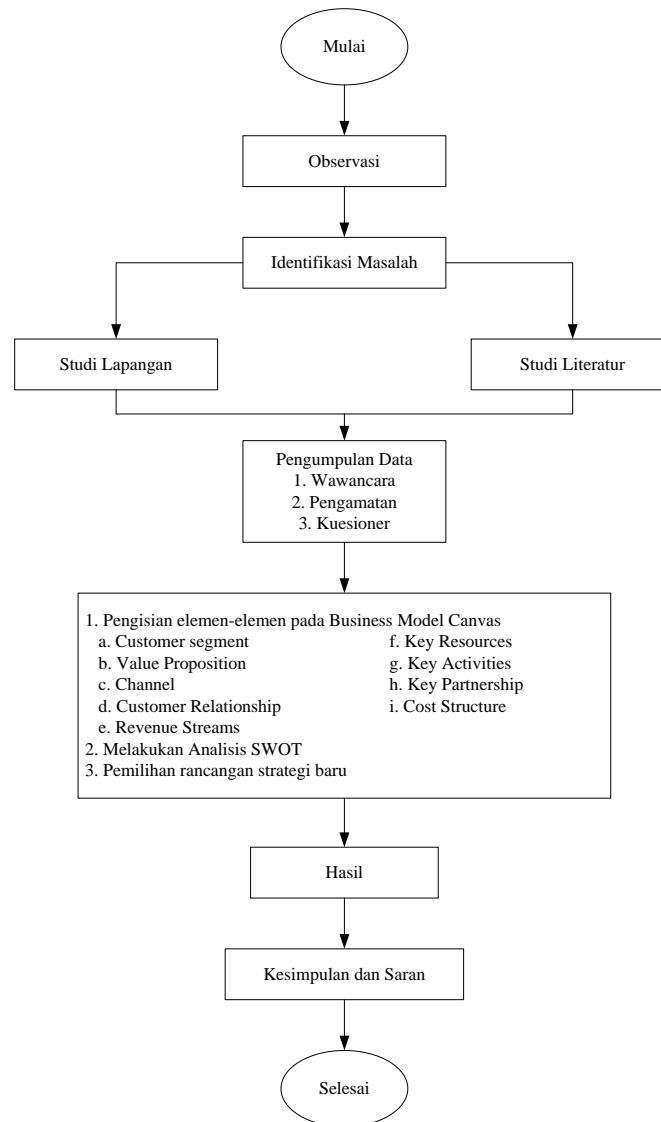
Penelitian ini menggabungkan antara analisa Business Model Canvas dan analisa SWOT untuk mengembangkan bisnis model yang tepat dan sesuai. Pengembangan bisnis model baru diharapkan perusahaan mampu terus berjalan dan dapat menaikkan penjualan sehingga diperoleh laba penjualan yang maksimal. Penelitian ini bertujuan mengembangkan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan memberikan usulan strategi bisnis yang baik untuk UKM Brownies Cinta.

2. METODE

2.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi kasus di UKM Brownies Cinta Karanganyar yang beralamat di Badranasri RT 02/XI

Cangkalan, Karanganyar, Kabupaten Karanganyar, Jawa tengah. Penelitian berfokus pada penggunaan *Business Model Canvas* untuk membuat strategi bisnis untuk mengembangkan usaha di UKM Brownies Cinta. Adapun alur penyelesaian masalah dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1



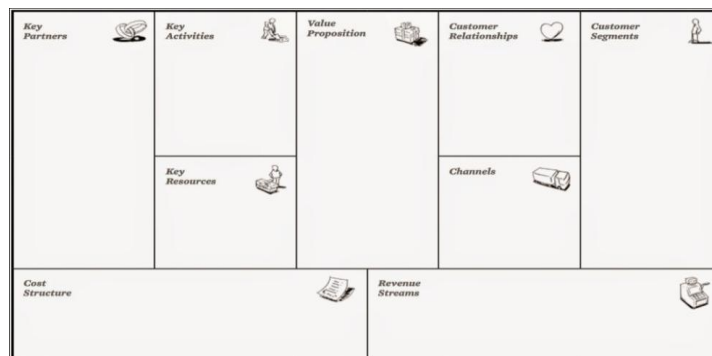
Gambar 1 Alur Penyelesaian Masalah

2.2 Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari penelitian berdasar dari dua sumber data yaitu Data primer didapat secara langsung baik melalui observasi, dokumentasi, kuesioner, ataupun wawancara, Data sekunder yang berupa dokumen-dokumen dari skripsi, jurnal, serta beberapa informasi yang diperoleh dari internet.

2.3 Pengolahan Data

2.3.1 Pengolahan data menggunakan metode BMC memiliki alur tahapan sebagai berikut: Pengolahan data yang diperoleh dari kuisioner dan hasil wawancara ke dalam 9 blok yang terdapat pada BMC yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resource*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure*.



Gambar 2 *Business Model Canvas*

2.3.2 Pengolahan data menggunakan metode analisis SWOT memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut:

2.3.2.1 Melakukan pengisian faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT yang berasal dari data BMC, hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti.

2.3.2.2 Melakukan analisis menggunakan hasil pengolahan data BMC dan analisis SWOT untuk merancang strategi bisnis untuk diusulkan pada UKM Brownies Cinta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Business Model Canvas*

3.1.1 *Customer Segments*

Berdasarkan *customer segments* yaitu konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia 18-30 ahun, pekerjaan swasta.

3.1.2 *Value Propositions*

Berdasarkan *value proposition* yaitu pendapat mengenai rasa brownies saat ini memiliki tekstur lembut, varian rasa yang menjadi favorit adalah original coklat. Informasi mengenai brownies cinta diperoleh dari teman dengan sistem pembelian secara *offline*,

kemasan yang diharapkan dus bermotif dan harga Rp 30.000 – Rp 34.000

3.1.3 *Channels*

Untuk saat ini UKM Brownies Cinta memiliki beberapa outlet yang berada di Karanganyar, Tawangmangu, Sragen, Sukoharjo, Solo Laweyan, Solo baru, Mojosongo, UMS Pabelan, Klaten, Wonogiri, Yogyakarta

3.1.4 *Customer Relationship*

Untuk menjaga hubungan baik UKM Brownies Cinta berusaha untuk menjaga loyalitas konsumen dan Menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan.

3.1.5 *Revenue Streams*

Pemasukan diperoleh dari penjualan langsung melalui pembelian di outlet dan pemesanan.

3.1.6 *Key Resource*

UKM Brownies Cinta memiliki tiga sumber daya utama yang digunakan dalam menjalankan bisnisnya yaitu fisik (peralatan produksi, kendaraan, dan bangunan tempat usaha), finansial, dan sumber daya manusia.

3.1.7 *Key Activities*

Dalam menjalankan bisnisnya UKM Brownies Cinta mempunyai 2 aktivitas utama yaitu aktivitas proses produksi brownies dan pemasaran.

3.1.8 *Key Partnership*

Adapun *partner* UKM Brownies Cinta dalam menjalankan bisnisnya memiliki beberapa *partner*. Dibagian produksi terdapat beberapa *partner* terkait dengan *supplier* yang ada dan beberapa bahan dibeli di pasar untuk segala bahan yang dibutuhkan. Sedangkan untuk perlengkapan produksi tidak memiliki *supplier* spesifik, UKM Brownies Cinta membeli sesuai *spec* yang dibutuhkan dan menggunakan berbagai merk.

3.1.9 Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis UKM Brownies Cinta yaitu biaya untuk operasional produksi dan sumber daya manusia, biaya bahan bakar dan perawatan, serta biaya untuk promosi.

3.2 Analisis SWOT

Penyusunan analisis SWOT didasarkan pada analisis internal (*strengths* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunities* dan *threats*) pada UKM Brownies Cinta. Cara mengisi analisis internal dan eksternal dengan menggunakan data dari *business model canvas* yang diperoleh dari wawancara dan kuisioner terhadap pihak brownies cinta, dan pengisian kuisioner oleh konsumen beserta sumber-sumber informasi pendukung lainnya dalam proses pengisian 9 blok BMC.

3.2.1 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Tabel 1. Faktor Internal UKM Brownies Cinta

No	Faktor Internal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
1.	Produk	Bersertifikasi halal	Kemasan kurang menarik dengan varian menengah keatas
		Tidak menggunakan bahan pengawet	
		Memiliki banyak varian produk	
2.	Proses Produksi	Proses produksi mesin-manual	Peralatan proses produksi masih sederhana
3.	Pemasaran	Harga yang terjangkau	Saluran pemasaran produk belum maksimal
		Lokasi outlet yang strategis	Sulitnya menjangkau daerah baru
4.	SDM	Memiliki karyawan yang ahli dibidangnya	-
5.	Bahan baku	Mudah memperoleh bahan baku	-
6.	Modal	Sumber modal tercukupi	-

Tabel 2. Faktor Eksternal UKM Brownies Cinta

No.	Faktor Eksternal	<i>Opportunities</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
1.	Produk	Permintaan terhadap brownies meningkat	Titik jenuh terhadap produk
			Harga produk kompetitor lebih murah
2.	Pemasaran	Potensi pasar cukup besar	Banyaknya kompetitor

		Banyaknya media promosi	Biaya sewa meningkat
		Banyak daerah baru yang belum dimasuki	
3.	SDM	Menciptakan lowongan pekerjaan	-
4.	Bahan baku	-	Biaya bahan baku meningkat

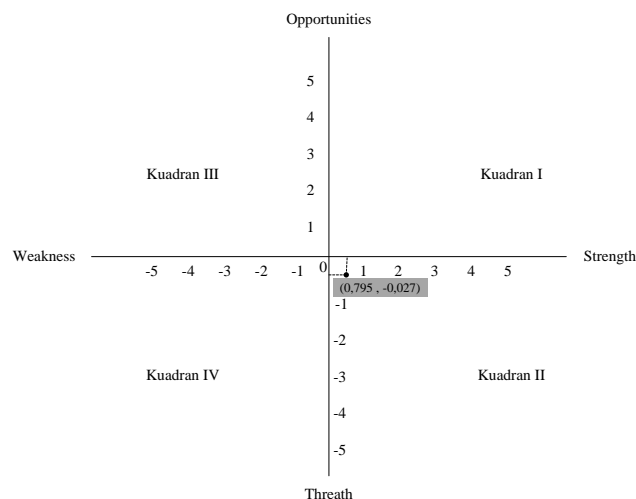
3.2.2 Perhitungan Analisis SWOT

Tabel 3. Perhitungan Analisis SWOT

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Bersertifikasi halal	0,088	3	0,265
2	Tidak menggunakan bahan pengawet	0,092	3	0,276
3	Memiliki banyak varian produk	0,085	2	0,170
4	Proses produksi mesin manual	0,053	3	0,159
5	Lokasi outlet yang strategis	0,095	3	0,286
6	Memiliki karyawan yang ahli dibidangnya	0,074	3	0,223
7	Mudah memperoleh bahan baku yang dibutuhkan	0,067	2	0,134
8	Sumber model terpenuhi	0,057	2	0,113
Subtotal		0,611		1,625
KELEMAHAN				
1	Kemasan kurang menarik dengan varian menengah keatas	0,092	2	0,184
2	Peralatan proses produksi masih sederhana	0,053	3	0,159
3	Outlet kurang menarik	0,092	2	0,184
4	Saluran pemasaran produk belum maksimal	0,078	2	0,155
5	Sulitnya menjangkau daerah baru	0,074	2	0,148
Subtotal		0,389		0,830
Total		1,000		2,456
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1	Permintaan terhadap brownies meningkat	0,092	3	0,277
2	Potensi pasar cukup besar	0,114	4	0,457

3	Banyaknya media promosi	0,098	3	0,293
4	Banyak daerah baru yang belum dimasuki	0,092	3	0,277
5	Menciptakan lowongan pekerjaan	0,082	3	0,245
Subtotal		0,478		1,549
ANCAMAN				
1	Titik jenuh terhadap produk	0,114	3	0,342
2	Harga produk kompetitor lebih murah	0,120	4	0,478
3	Banyaknya kompetitor	0,109	2	0,217
4	Biaya sewa meningkat	0,092	3	0,277
5	Biaya bahan baku meningkat	0,087	3	0,261
Subtotal		0,522		1,576

3.2.3 Diagram Analisis SWOT



Gambar 3 Matriks SWOT Brownies Cinta

Dari gambar 3 diatas menunjukkan bahwa UKM Brownies Cinta berada pada kuadran II. Nilai dari hasil perhitungan IFAS adalah (0,795) sedangkan hasil perhitungan EFAS adalah (-0,027). Keadaan ini menunjukkan sebuah organisasi yang kuat tetapi akan mengalami tantangan yang besar. Saran strategi yang diberikan adalah Diversifikasi strategi, artinya UKM Brownies Cinta dalam keadaan mantap akan tetapi mengalami sejumlah tantangan yang berat maka diperkirakan organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus

berjalan bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu, UKM Brownies Cinta disarankan untuk memperbanyak macam strateginya. Setelah melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal yang tersedia. Maka dapat dibuat empat macam strategi dari UKM Brownies Cinta dengan karakteristiknya masing-masing. Berikut ini adalah pengisian Matrik SWOT yang ditampilkan pada tabel 4

Tabel 4. Pengisian Matrik SWOT

<div><div>IFAS</div><div>EFAS</div></div>	<div>STRENGTHS (S)</div> <div><div>1. Bersertifikasi halal</div><div>2. Tidak menggunakan bahan pengawet</div><div>3. Memiliki banyak varian produk</div><div>4. Proses produksi mesin-manual</div><div>5. Harga terjangkau</div><div>6. Lokasi outlet yang strategis</div><div>7. Memiliki karyawan yang ahli dibidangnya</div><div>8. Mudah memperoleh bahan baku yang dibutuhkan</div><div>9. Sumber modal terpenuhi</div></div>	<div>WEAKNESS (W)</div> <div><div>1. Kemasan kurang menarik dengan varian menengah keatas</div><div>2. Peralatan proses produksi masih sederhana</div><div>3. Outlet kurang menarik</div><div>4. Saluran pemasaran produk belum maksimal</div><div>5. Sulitnya menjangkau daerah baru</div></div>
	<div>OPPORTUNITIES (O)</div> <div><div>1. Permintaan terhadap brownies meningkat</div><div>2. Potensi pasar cukup besar</div><div>3. Banyaknya media promosi</div><div>4. Banyak daerah baru yang belum dimasuki</div><div>5. Menciptakan lowongan pekerjaan</div></div>	<div>Strategi SO</div> <div><div>1. Mengenalkan banyak varian rasa dari produk yang dihasilkan dengan mempertahankan cita rasa yang sesuai tanpa bahan pengawet dan berserifikasi halal</div><div>2. Membuka outlet baru yang berlokasi strategis</div><div>3. Membuka lowongan pekerjaan dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan agar menghasilkan SDM yang berkualitas dengan tetap menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan</div></div>

<i>TREATHS</i> (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Titik jenuh terhadap produk 2. Harga produk kompetitor lebih murah 3. Banyaknya kompetitor 4. Biaya sewa meningkat 5. Biaya bahan baku meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan inovasi rasa secara periodik dengan membuat penjadwalan 2. Menjalinkan kerja sama dengan penyedia bahan baku 3. Membangun hubungan dengan membuat pelatihan 4. Menjaga kualitas produk agar lebih baik dan tetap bisa bersaing secara kompetitif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kepercayaan konsumen agar tidak beralih pada produk sejenis dari kompetitor 2. Menjalinkan kerja sama dengan catering dan agen kemitraan lain dalam mempromosikan produk 3. Memberikan diskon atau sejenis bonus di waktu-waktu tertentu untuk menarik minat beli konsumen

Berdasarkan tabel 4 tentang pengolahan data memakai analisis SWOT dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada UKM Brownies Cinta. Berikut ini merupakan 4 strategi dalam matrik SWOT, antara lain:

3.2.3.1 Strategi SO

Strategi yang dijalankan dengan menggunakan semua kekuatan untuk mengambil dan memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO Brownies Cinta berupa:

- 3.2.3.1.1 Mengenalkan banyak varian rasa dari produk yang dihasilkan dengan mempertahankan cita rasa yang sesuai tanpa bahan pengawet dan bersertifikasi halal.
- 3.2.3.1.2 Membuka outlet baru yang berlokasi strategis guna menjangkau pelanggan.
- 3.2.3.1.3 Membuka lowongan pekerjaan dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan agar menghasilkan SDM yang berkualitas dengan tetap menjaga mutu produk dan mutu pelayanan yang diberikan demi menjaga loyalitas dengan konsumen.

3.2.3.2 Strategi WO

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Adapun strategi WO Brownies Cinta antara lain:

- 3.2.3.2.1 Merubah kemasan produk.
- 3.2.3.2.2 Merubah desain outlet agar dapat menarik perhatian konsumen.

3.2.3.2.3 Melakukan promosi lewat berbagai media, mulai media cetak, media elektronik maupun media sosial.

3.2.3.2.4 Menjangkau daerah baru dengan gencar melakukan promosi dan memberikan harga khusus diawal pembelian.

3.2.3.3 Strategi ST

Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mencegah ancaman yang akan terjadi. Adapun strategi ST Brownies Cinta yaitu:

3.2.3.3.1 Membuat inovasi rasa secara berkala dengan membuat penjadwalan

3.2.3.3.2 Mengadakan kerja sama dengan penyedia bahan baku.

3.2.3.3.3 Membangun hubungan dengan membuat pelatihan.

3.2.3.3.4 Menjaga kualitas produk agar lebih baik dan tetap bisa bersaing secara kompetitif.

3.2.3.4 Strategi WT

Strategi yang bersumber pada usaha yang bersifat defensif dan berupaya meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Adapun strategi WT Brownies Cinta berupa:

3.2.3.4.1 Menjaga kepercayaan konsumen agar tidak beralih pada produk sejenis dari kompetitor.

3.2.3.4.2 Menjalinkan kerja sama dengan catering, dan agen kemitraan lain dalam mempromosikan produk.

3.2.3.4.3 Memberikan diskon atau sejenis bonus di waktu-waktu tertentu untuk menarik minat beli konsumen.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di UKM Brownies Cinta dalam menentukan strategi usaha dengan penerapan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 4.1.1 Berdasarkan *customer segments* yaitu konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia 18-30 tahun, pekerjaan swasta.
- 4.1.2 Berdasarkan *value proposition* yaitu pendapat mengenai rasa brownies saat ini memiliki tekstur lembut, varian rasa yang menjadi favorit adalah original coklat. Informasi mengenai brownies cinta diperoleh dari teman dengan sistem pembelian secara *offline*, kemasan yang diharapkan dus bermotif dan harga Rp 30.000 – Rp 34.000
- 4.1.3 Diperoleh nilai skor kekuatan 1,625 dan nilai skor kelemahan 2,456 sehingga total nilai perhitungan IFAS 0,795. Sedangkan nilai skor peluang 1,549 dan nilai skor ancaman 1,576 sehingga diperoleh total perhitungan EFAS -0,027
- 4.1.4 Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT maka diketahui bahwa UKM Brownies Cinta berada pada kuadran II yang artinya UKM Brownies Cinta dalam kondisi yang kuat tetapi akan mengalami tantangan yang besar. Saran strategi yang diberikan adalah Diversifikasi Strategi artinya UKM Brownies Cinta dalam keadaan mantap tetapi akan mengalami sejumlah tantangan yang berat maka diperkirakan organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berjalan bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Maka dari itu disarankan untuk memperbanyak macam strateginya.
- 4.1.5 Berdasarkan gambar diagram SWOT yang terdapat pada bab 4, maka strategi yang dipilih adalah strategi ST dengan strategi yang ditawarkan sebagai berikut:
 - 4.1.5.1 Membuat inovasi rasa secara berkala dengan membuat penjadwalan
 - 4.1.5.2 Menjalin kerjasama dengan penyedia bahan baku
 - 4.1.5.3 Membangun hubungan dengan membuat pelatihan
 - 4.1.5.4 Menjaga kualitas produk agar lebih baik dan tetap bisa bersaing secara kompetitif

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di UKM Brownies Cinta maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 4.2.1 Memperhatikan tentang kemasan produk serta menambahkan keterangan varian rasa di kemasan. Kemasan yang lebih menarik akan menambah minat beli para konsumen.
- 4.2.2 Perlu adanya evaluasi mengenai strategi yang dijalankan UKM Brownies Cinta dikemudian hari untuk mengetahui capaian dari strategi yang dijalankan.
- 4.2.3 Lebih memperhatikan kenaikan harga bahan baku pembuatan brownies, agar UKM Brownies Cinta dapat menghadapi kenaikan harga tanpa mengurangi keuntungan yang diperoleh UKM Brownies Cinta.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi.2013.Prosedur Penelitian:Suatu Pendekatan Praktek.Penerbit PT Rineka Cipta.Jakarta.
- Dhewanto, Wawan, dkk.2015.”Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro”.Penerbit Alfabeta.Bandung.
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur.2012.”Business Model Generation”.Penerbit PT Gramedia.Jakarta.
- Prasetyo, Dwi.2016.”Penerapan Business Model Canvas Untuk menciptakan Alternatif Strategi Bisnis didalam Pengembangan Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahun 2015.Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Rangkuti, Freddy.2001.”Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis”.Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.Jakarta.